

セミナー日程・開催時間

開催日時

2023年 ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

10月22日日

お申込み期限
10月18日(水)まで

10月26日木

お申込み期限
10月22日(日)まで

10月29日日

お申込み期限
10月25日(水)まで

各日13:00~16:30 (ログイン開始12:30より)

開催方法

オンライン配信

本講座はオンライン受講となっております。
諸事情により受講いただけない場合がございます。
ご了承ください。

受講料

一般価格:33,000円/一名様
(税抜30,000円)会員価格:26,400円/一名様
(税抜24,000円)会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および
社長onlineプレミアムプラン (旧:FUNAIメンバーズPlus) へ
ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

講座内容

第1講座

今後の矯正市場について

格安アライナー矯正の台頭による激しい価格競争、材料原価の高騰、矯正歯科の増加
(競合の増加)、脱コロナによる影響等、矯正市場がダイナミックに変化していく中で、実際の
現場で起きている現状、患者の傾向も変化しています。そのような点を踏まえて、今後の
矯正市場がどうなっていくかについて解説いたします。

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 マネージャー 小川 純平

第2講座

安定した相談数、成約率につながっている
矯正歯科の成功ノウハウとは？信頼獲得が成約数に直結される今、成功している歯科医院が大切にしている考えから、実際の手法、
臨床スキルまで全て公開していただきます。問い合わせから成約までの各フローにおいて、実際に
使用している資料からスタッフの動き、また実際のカウンセリング手法までお話しいただきます。

医療法人社団朝菊会 昭和歯科・矯正歯科 院長 木南 意澄 氏

第3講座

成功モデル医院からみる、
今後の矯正を伸ばしていくために必要な戦略について医院の収益の柱となる矯正治療を確立するためには、問い合わせ数・カウンセリング・臨床スキルの
3つの視点に注目する必要があります。変わりゆく矯正市場において、価格競争に巻き込まれ
ない次なる戦略とは何か、成功事例から分析し、具体的な手法を交えて解説いたします。

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 川本 葵

第4講座

矯正分野を伸ばすための明日からの第一歩

矯正分野を伸ばすために、時流予測を踏まえて、何から行うべきか。皆様が今後の市場で真に
患者に選ばれる方法を具体的に解説いたします。

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 マネージャー 小川 純平

お申し込み方法

PCの方はこちら ※6桁の数字も含めて
検索してください

船井総研 105003



スマートフォンの方はこちら

右のQRコードを読み取りいただき、
Webページのフォームよりお申込みください。※お申込みに際してのよくある質問は
 と しご確認ください。

【TEL】0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。

セミナーホームページ

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/105003

大好評につき!

オンライン追加開催!

資金力
勝負の
広告
戦略

真に選ばれる歯科医院になるには

激しい
価格競争矯正時流
予測セミナー

競争激化する矯正歯科市場

格安アライナー矯正の台頭
患者ニーズの多様化する
矯正モニター詐欺事件
脱マスクによる影響3分
で読める!

成功レポート

ゲスト講師

医療法人社団 朝菊会
昭和歯科・矯正歯科

院長

木南 意澄 氏

所属学会・資格

- ・日本顕微鏡歯科学会
認定医
- ・日本臨床歯学会 会員
- ・日本舌側矯正学会 会員
- ・日本先進矯正学会 会員

矯正歯科激戦区の福岡において、平均成約単価106万円、カウンセリング成約率
60%以上を実現している昭和歯科・矯正歯科の木南氏に価格・成約数勝負に巻き
込まれない矯正カウンセリングのポイント、また臨床面について全てお話しいただきます。どうなる!?
日本の
矯正

【WEBセミナー】矯正時流予測セミナー2023

お問い合わせNo.: S105003

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

船井総研セミナー事務局

E-mail

seminar271@funaisoken.co.jp

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル ※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

当社ホームページからお申込みいただけます。船井総研ホームページ www.funaisoken.co.jp (右上検索窓に右の「お問い合わせNo.」をご入力ください)

105003

成功レポート

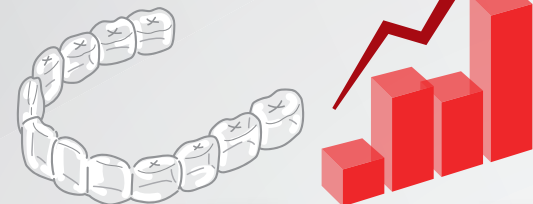
をお読みいただく前に

矯正市場は
今
どうなっているのか、
今後
どうなっていくのか

今

- ✓ 格安アライナー矯正による価格破壊
- ✓ 材料原価の高騰
- ✓ 大手法人主導の資金力勝負の広告戦争
- ✓ 矯正取り扱い医院の急激な増加 (GP 参入)
- ✓ 多様化する患者ニーズ

従来の集患・
カウンセリング方法は
通用しない時代に!



- ✗ 低価格検査
- ✗ 地域最安値
- ✗ 月々～円
- ✗ 矯正前シミュレーション
- ✗ キャンペーン開催中

今後

ズバリ!これから必要な
矯正モデルはこれだ!

昔の矯正モデル

- 症例を増やすために、
競合よりも少し価格を下げての打ち出しを行う
- 問い合わせが集まる
- 5,000円検査の実施
iTeroのアウトカムシミュレーションやクリチェックのような
仮想のビフォーアフターを見せるだけのインパクト重視
- 成約

これからの矯正モデル

- 医院の強みを分析した上で、
ニーズが合う患者様に刺さるような打ち出しを行う
- 問い合わせが集まる
- 正しい検査、診断を行う必要がある旨を伝え、
治療に対する意思を確認したうえで、
確実に精密検査への移行を行う
- セファロやCTによる精密な診断結果をもとに、
オーダーメイドの治療計画をたて、説明する
- 成約

3分
で読める!

成功レポート

医療法人社団朝菊会 昭和歯科・矯正歯科

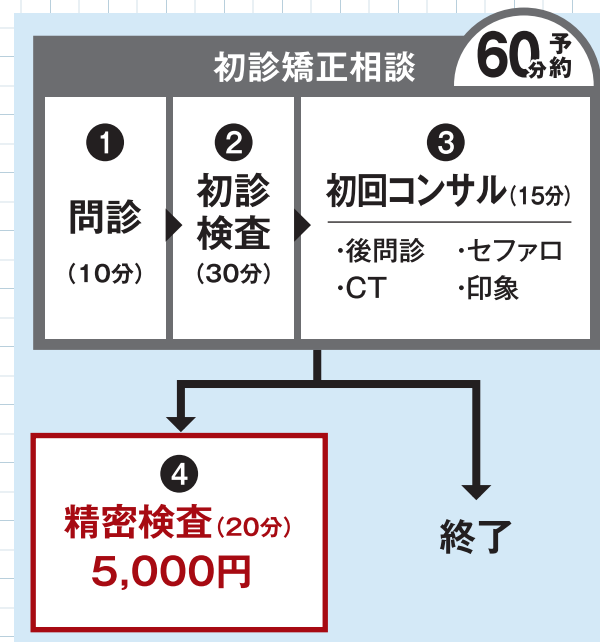
院長 木南 意澄 氏

Q 初診カウンセリングで抑えるべきポイントとは?

A 成約に繋がる可能性の高い患者様に
精密検査へ移行してもらうことです。

初診カウンセリングのゴールは精密検査への移行です。精密検査には工数もかかるため、当院でも昔は30,000円で実施していました。しかし、現在は5,000円で精密検査を実施しています。ただし皆様も予測できるように、低価格にすることで移行率はあがるものの、成約率は下がりやすくなります。つまり、利益も少なく時間だけがとられてしまい、結局は成約に繋がらないようなケースになってしまうということです。

当院ではこうならないために、精密検査へ移行する前に矯正治療にかかるおおよその金額を伝えるようにしています。100万円程度費用がかかる旨をお伝えし、どのくらいの気持ちで矯正相談にきたのかを確認します。ここで金額に驚いてしまう患者様に関しては、一度考えていただくようにお伝えし、精密検査は実施しません。初診カウンセリングで重要なことは、すべての患者様を無理に移行させるのではなく、最終成約に繋がる患者様を選別した上で確実に移行させることです。



Q 問診では何を聞くことを目的にしているのか?

A 患者様の主訴を正しく
把握することです。

問診票には、主訴を正しく把握できるような質問項目を挿入しています。「口元をどうひっこめたいか」という質問で、どこの部分が気になって矯正治療を検討しているのかを把握し、「仕上がりの方」と費用のバランスについて回答してもらうことで、治療に対しての考え方を把握することが可能です。ただただこちらの記録として使用するのではなく、患者様とのカウンセリングの一部分として活用することが重要だと考えています。

矯正初回カウンセリング問診票

問診票 表

問診票 裏

問診票 表

問診票 裏

Q クロージングで重要視していることは？

A | これといったクロージングはしていません。



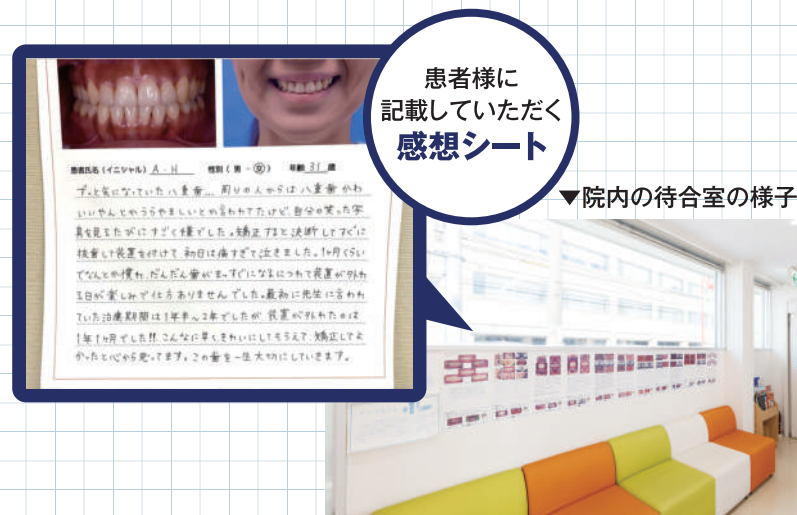
クロージングについてはこれといったことはしていません。成約カウンセリングといわれる、検査・診断のあとに行うカウンセリングにおいて重要視していることは、初診カウンセリングでお伺いした主訴をもとに、当院での最善の治療計画をお伝えすることになります。成約の有無について期限を設けることもありませんし、そもそも私が成約の有無について話すことはどのカウンセリングのタイミングでも

ありません。治療計画を説明したあとはカウンセリングルームを退出し、料金の説明であったり、契約後の進め方については、スタッフが全て担当してくれています。「一度考えます」というお声ももちろんいただきます。その患者様に向けたアプローチも今は行っておらず、パンフレットだけお渡しをしているのですが、結果として「矯正治療をやりたいです」というご連絡をいただくことも多いです。

矯正治療を検討される患者様へお渡ししているパンフレット



治療実績が多いことを視覚的に伝えるための工夫



最終的に成約に繋がっている理由が何か、私自身も明確ではないですが、考えられるポイントとしては2つあります。1つは治療計画をひとつに絞り、医学的・審美的・長期安定的すべてを網羅している治療計画であることを説明していることです。家族に矯正治療をするのであれば、最善の治療をするはず。それを患者様にも同じようにしているため、治療計画がいくつもあるということはありません。また患者様の主訴に似た症例をお見せしています。お見せする際は歯列だけでなく、顔貌写真も見せることで、口元の印象がどのように変化したのかまでわかるようにしています。

Q 問い合わせ数増加のため、院内で取り組んでいることはありますか？

A | 問い合わせ経路を詳細までお伺いすることです。



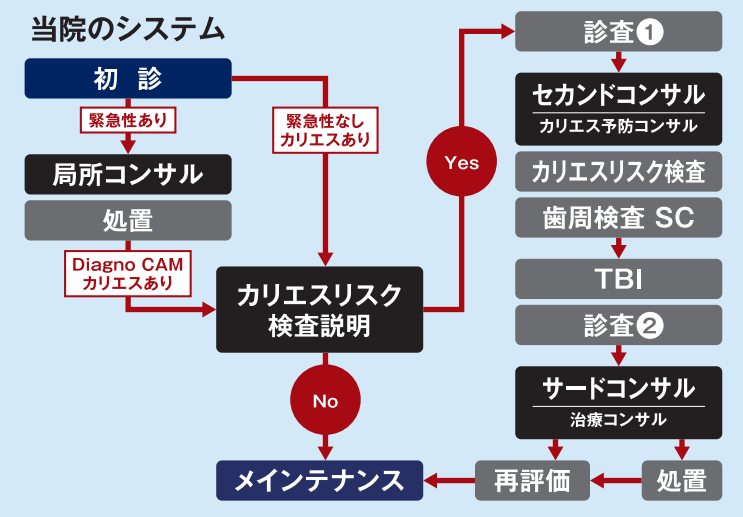
当院でも集患のために多くの媒体に掲載をしております。毎月費用がかかっているものもあれば、費用はかからずとも掲載されているものもあります。実際にきている患者様はなにをみて来院予約をしてくださっているのかをしっかりと把握するために、問診の際にどのサイトをみましたかということをお伺いしています。昔は、webなのか、紹介なのか、

近くに住んでいて通りがかりで見つけたのかのようなざっくりとした内容でしたが、今では公式HPなのか、矯正専門サイトなのか、ポータルサイトなのかという詳細の部分まで聞くようにしています。こうすることで、どの媒体に費用をかけるべきなのか、ということが判断できるようになるからです。

Q 先生が考える高額商品を成約する秘訣は？

A | 「有効面会回数」と「選ばれる理由」

昔から、どうすれば自費が成約するのかということはずっと考えてきましたが、現段階での考えとしては「有効面会回数」と「選ばれる理由」が重要だと考えています。矯正治療に関わらず、当院のシステムは患者様との面会回数にこだわっています。患者様の状態を把握したうえで、患者様にとって必要な情報を丁寧に説明することができる「面会」の時間を大切にしています。そうすることで信頼関係を築いたうえでのコンサルを実施することができ、結果として成約に繋がっているというような形です。そして2つ目に「選ばれる理由」が必ず必要です。価格で患者様が歯科医院を選んでいるのは、情報



患者様にお見せる症例集



が足りない、つまりこの歯科医院を選ぶ理由がないという状態になっているからです。価格ではない部分で当院を選んでいただくための戦略を今後検討し実践していかなければならないと私も感じております。今の段階で選ばれる理由になっているものをあげるのであれば、患者様にお見せしている症例集かと思います。いままで治療したほとんどの患者様の症例があり、直筆のメッセージがみられるため、「これほど治療しているのであれば大丈夫だろう」ぐらいには思っていたかと思っています。この「選ばれる理由」の部分に関しては、私もこれから力を入れていきたい部分です。

本セミナー講座から学べることを

一部ご紹介！

- ✓ 新時代対応型の矯正ホームページ
- ✓ 驚異の問い合わせ数に繋がるGoogle・Yahoo! 広告文
- ✓ 来院率をアップさせるSNS活用
- ✓ 意外な効果!? 看板・ポスティング戦略
- ✓ 成約率60%をたたき出すカウンセリング手法
- ✓ カウンセリングから治療開始～終了までの院内体制について
- ✓ カウンセリングで患者様にお見せる資料で抑えるポイント
- ✓ 潜在的な患者ニーズを引き出すために必要な話し方と聞き方
- ✓ 矯正治療費の価格を落とさずとも成約率60%を達成する方法
- ✓ マウスピース矯正とブラケット矯正を用いた臨床の考え方
- ✓ 患者の主訴を把握できる問診票の項目内容について
- ✓ 単純接触効果に繋がるポータルサイトへの掲載
- ✓ メンテナンス患者からの引き上げに繋がる待合室の活用方法
- ✓ 現状分析から改善策を検討するために必要な患者管理方法
- ✓ 医院の強みが正確に把握できる成約後アンケート
- ✓ 集患・成約につながる矯正治療の理想モデル
- ✓ 権威性が伝わるLPのメインビジュアル
- ✓ 今後の矯正市場で勝ち抜くための明日からのステップ



株式会社船井総合研究所
歯科・治療院・エステ支援部

川本 葵

現在は小児歯科・予防矯正分野を中心に、商品設計からカウンセリング体制の構築、院内（スタッフ）への落とし込みなどの導入支援を行う。また集患・固定化・単価アップなどの全般的なマーケティングから、スタッフの定着に向けた院内MTGの実施・教育体制の構築など、歯科医院経営の総合的なコンサルティングを行っている。

私、株式会社船井総合研究所の川本と申します。

最後に、今回ご紹介させていただいている医療法人社団朝菊会 昭和歯科・矯正歯科様が激戦区において成約率60%を安定して叩き出されている理由について、コンサルタント目線からお伝えさせていただきます。ポイントとしては2つです。

ポイント1 信頼ポイントを獲得する

現在、価格で矯正治療をする医院を選ぶという方は劇的に減っています。今患者様の決め手となるのは、「本当に綺麗な歯並びになるのか」という「信頼度」です。そしてこの信頼度は先生のスキルだけではありません。押さえるべきポイントを押さえ、何件も矯正相談を受けたとしても「あの医院がいい」と思い出してもらえるような医院づくりが必要であり、それが昭和歯科・矯正歯科様では実践されているのです。

ポイント2 矯正治療の良いサイクルをつくる

矯正治療は、集患→カウンセリング→口コミ・評判のサイクルになっています。集患に関しては露出度を高めることが重要ですが、そのあとに成約した患者様に対して満足していただく治療を提供することも重要です。それが口コミや評判に繋がり、集患への効果にも大きな影響を与えますので、この良いサイクルを意識して受付の対応一つでも見直すことが重要です。

上記2点については、本セミナーのゲスト講座を聞いていただけると必ず納得していただける部分になります。ぜひこの機会に成功されている医院で取り組んでいる内容を学んでいただければと思います。

ここまでお読みいただきありがとうございました。

実際にご参加された方の声

ご自身の経験をもとに完成されているカウンセリングをおしえていただき参考になりました。自分が思っていた逆のカウンセリング方法で感銘を受けました。



成約を上げるために価格を下げることはばかり考えていたので、100万円でも成約するための取り組み方、その姿勢に心を打たれました。自分もそうなれるように取り組もうと思いました。



成約に繋がらない患者様に時間と労力を使っている感覚はあったのですが、今日それを実感し、早急に対応しなければいけないと感じました。患者様に大量の情報を与えて混乱させてしまっていたため、改善したいと思います。



非常に細かいところまでカウンセリング手法を披露していただきありがとうございました。取り入れさせていただきます。



いいアイデアをたくさんいただきました。ありがとうございました。



無料 メールマガジン & 公式LINE

最短・最速・最ローコストで業績アップを実現！
歯科医院経営の“成功事例”をレポートするメールマガジン

船井総合研究所 歯科グループが、
日々のコンサルティング現場における成功事例や、業界情報を配信いたします。

メールマガジン・LINEご愛読者の声

☑ 普段、診療・経営をしていると「本当にこれでいいのか」「実際何をすべきなのか」など悩むことが多くあります。そんなことを定期的に配信してくれ、とても参考にさせていただいております。

T 歯科医院

☑ 悩んでいることはどの先生も同じようなことなので、タイミングよく解決につながるものが良くあります。とても有効だと思っています。

R 歯科医院

メールマガジン&公式LINEお申込みはこちらから

下記のQRコードより、お申込みください。

メールマガジン



公式LINE



THE DENTAL / 船井総研歯科YouTube支援本部

★ 毎週 最新情報を発信 ★

YouTube限定の動画を続々配信しています。

ぜひお気軽にご覧ください。

チャンネル登録で、最新投稿を見逃さずに動画をチェックできます。

YouTube



研究会に関するお問い合わせはお客様相談窓口
へ TEL: 0120-958-270
平日9:45~17:30(年末年始を除く)

いますぐ
始める

グレートクリニックになるための コンパス 羅針盤!!

事例から実践を学ぶ 歯科医院の 成長戦略 バイブル

株式会社 船井総合研究所 編

■ A5判/130頁/2色 ■ 定価 4,400円(本体 4,000円+税10%)
ISBN978-4-263-44636-2 注文コード:446360

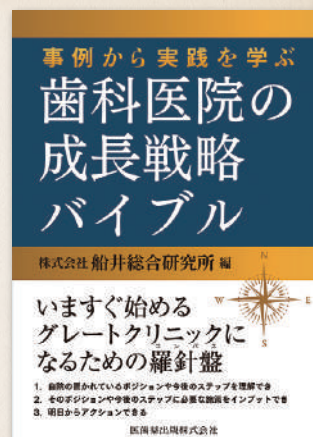


● 本書は

1. 自院の置かれているポジションや今後のステップを理解でき、
2. そのポジションや今後のステップに必要な施策をインプットでき、
3. 明日からアクションできる

ことを目的に「羅針盤・地図」として活用できる内容となっています。

- “自院の成長”に合わせて、何度でも読み返して活用できます。
- 本書を読んで明日から実行に移せば、「教育性」「社会性」「収益性」を兼ね備えたグレートクリニックに生まれ変われます。



医歯薬出版株式会社

〒113-8612 東京都文京区本駒込1-7-10

TEL03-5395-7630 FAX03-5395-7633

<https://www.ishiyaku.co.jp/>

序文より〈一部抜粋〉

本書が目指すもの

- ▶ 世の中に経営に関する多くの情報が出回っているが、表面的な解説で終わっているため、すぐに実践できる成長のヒントを多く散りばめる
- ▶ 歯科医院の成長をロードマップ化し、実行すべき施策、そして具体的な事例を掲載し、明日からの医院の改善に役立てる
- ▶ 自院が今後どのような方向に進めばよいのか、次のステップは何なのか、そのために何をすればよいのか、がわかる
- ▶ 成長に合わせて、何度も読み返せる

Contents

第1編 これからの歯科医院経営の方向性とは

- Chapter 01 2030年の歯科医院の方向性とは
- Chapter 02 患者・従業員に支持されるクリニックの経営手法

第2編 歯科医院経営の実際 成功事例にみる成長戦略

- Chapter 01 高生産性モデル 鶴岡歯科医院（神奈川県鎌倉市）
- Chapter 02 小児・矯正 医療法人笹木歯科クリニック（福島県いわき市）
- Chapter 03 予防歯科 医療法人CREA ただこし歯科クリニック（岐阜県可児郡）
- Chapter 04 訪問歯科 医療法人世心会 鹿児島セントラル歯科（鹿児島県鹿児島市）
- Chapter 05 大商圏モデル 医療法人真摯会 まつもと歯科（大阪府吹田市）
- Chapter 06 人材育成・組織化 医療法人フェネスト 歯科タケダクリニック（埼玉県和光市）
- Chapter 07 分院展開型 医療法人博道会 大串歯科医院（長崎県佐世保市）

第3編 グレートクリニックに向けて

執筆者一覧

谷口 竜都
松谷 直樹
安井 大貴
長谷川 光太郎
砂川 大茂
若木 伸文
水野 陽介
辻 建三

医歯薬出版 ご注文承り書

事例から実践を学ぶ 歯科医院の成長戦略バイブル

注文コード ()冊
446360

●納入店ご指定希望
※納入店のご指定の場合
手数料はかかりません。

ご指定納入店名

●直送希望
(2つの方法から
お選びください。)

①		代引 450円
②		後払い 400円※

※②の後払いの請求書は
(株)ネットプロテクションズ
から別送となります。

●お名前

●TEL

●ご住所 (〒 —)

★必要事項をご記入のうえ、FAX03-5395-7633にご送信ください。★弊社ホームページ<https://www.ishiyaku.co.jp/>からご注文いただけます。

医歯薬出版株式会社 〒113-8612 東京都文京区本駒込1-7-10 TEL03-5395-7630